

2020 年日本農林水產省智慧財產策略¹

文 | Fumihiro KABUTA² • 林國慶³ • 盧佩渝⁴ 合譯

壹、現況分析

一、智慧財產策略亟待修正

食品產業中包含農林水產及其相關產業（以下簡稱食品產業），經過長時間的生產活動，創造各種智慧財產，現可稱為「知識與資訊產業」。

另一方面，在一般產業部門中，商業模式或支持此模式的智慧財產再度受到重視。在已開發國家及企圖迎頭趕上的新興國家中，許多企業因缺乏商業模式與智慧財產的管理經驗，而飽受各種衝突所困擾；再者，還有許多因技術及商業秘密外洩而產生的問題，連具備技術競爭力的公司也有這樣的問題。在食品產業中，也有類似的情況。故必須認知到各種智慧財產的競爭會影響國家利益，也必須認知到世界級的研發成果已成為世界各國競逐的目標。

由於聯合國教科文組織在 2013 年 12 月將「日本人的傳統飲食文化」登錄為世界無形文化遺產，並在 2015 年米蘭世界博覽會上展出，使得日本和食文化受到世界關注。和食文化是一項重要的智慧資產，透過適當的保護及利用，將對推廣食品工業並振興區域發展有所貢獻。

在此脈絡下，日本政府希望能爭取全球「食品市場」（預估 2020 年產值將達到 1 兆日元），透過推廣日本和食文化，擴張海外食品產業版圖，以及提升日本農林水產品及食品出口。日本政府亦將主辦「2020 東京奧運及帕運會」視為發展以旅遊為導向的觀光大國的絕佳機會，希望 2020 年能夠吸引到 2 千萬人次的國際旅客。

註 1 原文題目：MAFF's Intellectual Property Strategy 2020，出處：http://ap.ftc.agnet.org/ap_db.php?id=715

註 2 Professor, National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS), Japan

註 3 亞太糧食肥料技術中心主任

註 4 亞太糧食肥料技術中心研究助理



由於法律制度與食品產業有所相關，「農林水產品和食品名稱保護法」於 2014 年 6 月（案號 84，又被稱為「地理標示法」）通過，並於 2015 年 6 月開始實施。此法目的在建立食品區域地理標示保護制度，將高品質食品產地以及具有其他特色而獲得高度社會評價的產區都納入智慧財產的保護範圍。此外，新頒布的「食品標籤法（Food Labeling Act）」（案號 70，2013）在 2015 年 5 月生效，為宣稱具機能之食品建立規範制度，使得具有特定健康療效的食品可以合法標示。

日本農林水產省（MAFF）一直致力於推動策略性的智慧財產相關措施，在 2007 年 3 月制定「MAFF 智慧財產策略」，2010 年 3 月再提出接續的「新 MAFF 智慧財產策略」。2010 年的策略主要是透過農林水產領域之專業技術與技能，推廣在地品牌及和食文化，提升日本食物及原料之品牌價值，藉此促進國際產業競爭力與地方再生。然而，近年來由於食品產業的全球化，產生各種作工精細的假冒商品、技術外流及商業機密洩漏等問題，亟待快速而準確的應對之道。智慧財產的有效利用，需要配合地理標示法案的落實。可以確定的是，以增加利潤為目的智慧財產權應用是未來新挑戰。

考慮上述的情勢改變，以及食品產業所受關注程度與興趣已大幅增長的現況，如何適當保護與應用智慧財產，使日本食品產業晉升為世界一流水準，創造出新的價值，成為值得深入且積極探討的重要課題；同時也需要制定一套新的策略，以期大幅提升相關的政策措施。

二、策略修訂沿革

2010 年的策略是以 2014 年前的 5 年為限。在此期間，制定「透過農林水產業與地方社群創造動能之實施計畫」（由透過農林水產業與地方社群動能創造本部於 2013 年 12 月議決，2014 年 6 月修訂），希望擴大海外競爭力，成為全球第 6 大食品產業國。該計畫旨在提升產業與地方政策，並以智慧財產的整體應用作為政策發展方向。

此外，2010 年策略也決定，「從提升智慧財產相關措施的效率及效能的觀點，MAFF 應依據『糧食、農業及農村地區基本計畫』（於 2015 年 3 月 31 日由內閣頒布，以下簡稱「基本計畫」），於 2015 年 5 月以前制定新的「智慧財產策略」。

有鑑於此，「MAFF 智慧財產策略審查委員會」聯合外部專家，以全面的觀點評估既有策略的成果，並與相關部門的合作進行整體評估，完成「MAFF 智慧財產策略」。

三、策略實施期間

為配合「基本計畫」的審查週期（「基本計畫」每 5 年左右針對糧食、農業與農村地區的變化與相關影響，進行評估與修改），新政策應以 5 年為期，執行至 2019 年，與自 2010 年啟動的既有策略同步執行。

貳、運用智慧財產創造新價值

一、創造新的消費者價值

為活用智慧財產創造出新的消費者價值，以下為幾項有效的手段：

- 從消費者角度確認產品的吸引力，適度的推薦並營造適宜的展售環境，使產品更容易觸及消費者。
- 創造消費者價值，依產品特性連結各種相應的智慧財產，打造出品牌優勢，如日本品牌、區域與本地品牌、製造商品牌、商店品牌、商品品牌等。

二、藉由建構商業模式並應用支持此模式的智慧財管理來創造新的價值

取得智慧財產權後，可授予他人使用智慧財產權利，並利用此作為「協調力量」，藉由標準公開化來創造新的市場。另一方面，亦可適度結合權利的隱匿與獲取，發揮產品的「競爭力」。好的智慧財產管理，應適當整合發揮上述 2 項特點。

有鑑於此，需要適當執行智慧財產管理，發展出連結消費者價值與商業價值的商業模式，擴大產品的獲利。因此，相關知識的系統化及傳播非常重要，以便商務人員規劃實施適切的商業模式，以及支持此模式的智慧財產管理。

三、推廣策略性的智慧財產管理

海外商業活動是不爭的事實，包括從上游到下游所有價值鏈，比如大型農業企業應用先進的生物技術，垂直整合種子、肥料和農藥的產銷。為對抗此趨勢，本政策將支持日本食品產業提出相應對策，防止海外公司主導整個市場，並針對特定區塊與海外公司進行策略合作。

此外，對於當前充分利用生物科技、資訊通訊技術（ICT）、人工智能等最先進技術的趨勢，食品產業也需要扭轉落後於世界的情況。對此，本政策將推動適切且積極的商業模式運用，以及支持此模式的智慧財產管理。

日本的農林水產品與食品有兩種類型，其中一些是「農產和食品工藝產品」，規模小但可提升日本的品牌價值；其他則是產業規模龐大的「農業產業產品和食品產業產品」。分類統合上述類別，本政策將依照產品各自的特性，創造一個能促進商業模式及提供此模式之智慧財產管理的環境。

再者，還需要向一般大眾傳播智慧財產的相關知識，包括生產者、企業、研究人員及消費者，同時也需要培養尊重智慧財產的倫理觀。過去在農業部門，這些資訊通常被視為「公共財」而免費提供。然而，資訊有 2 種類型，有些屬於「公共財」應該廣泛分享，有些則屬於「私有財」及「區域財」應該被視為私有財產。一般而言，具有經濟價值的資訊不應該免費揭示。對於接受資訊的一方，養成支付合理費用取得私有資訊的觀念也很重要。

參、具體的應對措施

一、技術洩漏的因應對策與品牌管理的推廣

關於技術洩漏的因應對策，重要的是考量食品產業（包括農產品與一般產業範圍）的損害經驗與因應洩漏、假冒與盜版商品的反制對策，此外，應該結合食品產業利益關係者，共同學習商業模式和支持此模式的智慧財產管理，並積極參與一般產業部門的既有的各項活動。

關於品牌管理，重要的是進一步推展區域集體商標的使用，並且結合宣稱具有機能之食品之新系統與智慧財產制度（包括商標權、專利權、育種者的權利、地理標示等），提升品牌價值。因此，應利用「智慧財產應用策略手冊⁵」拓展公眾認知，以推動品牌應用。

在此情況下，雖然技術與品牌管理是不同的領域，將考慮如何結合兩者，進一步發揮日本優勢。

再者，所謂的健康食品市場也要加以擴大。應教育食品產業廠商了解研發、商業模式及智慧財產管理之間的密切關聯，使能積極推動機能性食品產業的發展，成為宣稱具有機能性之產品新系統的契機。

肆、藉由智慧財產的保護與應用，促進海外市場的發展

一、推廣應用智慧財產以提升利潤

為了策略性取得這個預估在未來 10 年擴增一倍的世界「食品市場」，應促進公私部門的夥伴聯盟，包括以「從日本製成（Made from Japan）」推廣日本食品在全球烹飪領域的使用、「由日本製成（Made by Japan）」擴大海外的日本食品文化和食品產業，和以「在日本製造（Made in Japan）」出口日本的農林水產品與食品，另外，也要提高公眾對智慧財產權利用的認知，以擴大海外權利金的收入。

在海外市場，建立一個統一的國家品牌非常重要。在受到全球歡迎的「在日本製造（Made in Japan）」工業產品以及諸如可愛（Kawaii）的「酷日本（Cool Japan）」標章之後，應以「日本農業與食品」的魅力規劃及推動第 3 個日本品牌，並應支持全日本農林水產品與食品的生產及品牌。

由於在國際貿易流通上，形象標章對於品牌建立至關重要，屆時應繼續利用已經建立在和牛及水果等產品的統一標章，以及其他出口促銷標誌（如：好吃標誌（oishii mark））。

另外，為宣傳日本食物與食物文化的魅力，應建立日本食品傳播親善大使，日本食品文化支持者制度，以及教育與資格認證制度，透過「宣傳日本食物魅力的十大行動方案⁶」逐步落實。

註 5 於 2014 年 4 月由 MAFF 食品工業局發布。

註 6 該方案於 2015 年 2 月 9 日制定。

二、透過第三國進行的仿冒品與反制對策

在海外假冒日本農林水產品與食品的仿冒商品持續增加，且問題日益嚴重。註冊商標印在未經商標授權的國家的產品包裝上，再出口到第三國。為能迅速而正確地處理這些非常複雜的仿冒商品，需要與經濟產業省、外交使團及日本外貿組織（JETRO）等相關組織合作。再者，透過公私合作的「農林水產與食品智慧財產保護聯盟（Agriculture, Forestry and Fisheries and Food intellectual property protection consortium）」（以下簡稱「本聯盟」），將加強對海外市場的調查，並且支持合法經銷商以反制侵權行為。具體而言，應該善用海外日本人的在地網絡，並在各國尋求從海外公司退休的智慧財產法專業人士的諮詢服務，以提升對侵權的監控管理。

此外，為了強化智慧財產保護在國外的相關努力，應該善用日本與各國簽署之經濟夥伴關係協議（EPA）中智慧財產的相關規定，該等規定若有必要以考慮修改調整。

三、以地名申請註冊商標的措施

從「地名即財產」的觀點來看，最重要的是要宣導一個地方的名稱即為一個品牌，是可以利用地理標示保護制度及區域集體商標制度，使其受到智慧財產的保護。

除此之外，針對地名被其他國家的第三方申請為註冊商標的問題，會透過與相關組織與本聯盟的合作，加強彼此聯繫。

四、國際標準的策略性使用

（一）利用標準提高可靠度

為了大幅擴展日本農林水產品與食品的出口，首先必須要確保產品在安全和品質方面的可靠度，如此才能成為受到國際信賴的品牌。

應該多加宣傳相關指導準則，如在日本推行的危害分析與關鍵控制點（Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP）與其他諸如全球良好農業操作規範（GLOBALG.A.P.）等國際標準來改善食品安全。相信經過這些努力，必能強化日本農林水產品與食品成為全球受信任品牌的基礎。

同時，為了提升食品安全性的科學驗證基礎，也應善用法規科學⁷。再者，透過與其他國家及地區的合作，在考量相關的國際衛生與植物檢疫措施（Sanitary and Phytosanitary, SPS）下，將推動與反應日本的現況。

註 7 科學知識與法規等行政措施的銜接。包括研究獲取行政措施研究的科學知識和政府在科學知識的基礎上確定政策措施。

（二）發展國際認可的標準

雖然現今主要國家逐漸採用 HACCP 機制，為了確保日本食品產業業者的國際貿易競爭力，並為消費者提供更安全的食品，有必要推動各級企業根據 HACCP 建立自主性的衛生管理，並創造一個可從國外評估其努力程度的環境。

日本經銷商在語言與成本方面的標準與認證體系，也受到要求。因此，將加強在日本推廣 HACCP 的支持體系，例如實施 HACCP 培訓；也透過公私部門合作，以 HACCP 為基礎建立日本食品安全管理標準與認證制度，並將其傳播到海外並為國際所接受。

（三）利用傳統和區域品牌創造新商機

地理標示保護制度同時具有維護及繼承食品文化的能力。為了以推動農林水產品與食品的品牌建置與推廣來確保消費者的信心，並保障生產者本應獲得的利益，將採取以下措施：

五、透過使用地理標示保護制度促進品牌

對於將引入的地理標示保護制度，計畫進行全面的宣傳與推廣此制度，並同時介紹該系統的優勢以提高使用度，例如可以根據該品牌的區域策略，決定商標制度的選擇與組合。

為了確保系統的可靠性，將進行一次快速公正的註冊檢核，並在註冊之後，根據指導準則執行與監督，做好全面的品質管制，據以擊退未經授權不當使用的地理標示。

此外，將與生產者合作，廣為宣傳該系統以及經註冊的產品，使此產品的價值能適當地傳遞給消費者。

再者，將讓國際市場透過日本地理標示商標了解這是日本品質佳的特產品（*bona fide specialty products*）。同時，將此架構推向適度的保護，而這些國家已經採用地理標示保護制度，將打造一個有利於促進出口的環境。

六、利用地區元素如傳統蔬菜來促進日本的食品與和食文化

日本過去各地都有生產獨特的蔬菜，到了大量生產的年代，因為需要穩定生產且符合標準的統一性蔬菜， F_1 雜交種被推廣到各地，以使得全國都能獲得穩定供應而不致短缺。另一方面，由於品種單一化，傳統品種正面臨滅絕。然而，由於聯合國教科文組織（UNESCO）將「和食，日本傳統飲食文化」登錄為世界無形文化遺產，加以消費者總是希望有多樣性的選擇，創造出一股追尋傳統蔬菜的存在與魅力的新潮流。傳統蔬菜因為附加價值，即使量少仍可對在地經濟產生相當程度的貢獻。因此，透過傳統蔬菜的推廣可以有效振興在地農業，藉由建構循環關係，讓農村的利益關係者得以繼承傳統，並與消費者連結。藉此，也配合利用包括地理標示等智慧財產所作的品牌推廣，政府需要向生產者、加工者、分銷商及消費者傳遞有關產品特性的重要資訊。

另外也將特別表揚那些致力於日本「食品」與「和食文化」的散播發展以及與生產者及食品公司「並肩合作」的優秀廚師。

此外，也將提升公眾對米類餐食的認識，並以稻米為重點，傳揚「和食」的魅力。同時將透過稻米加工技術，開發及提供諸如米麵粉等稻米製品，創造稻米的新需求。

在花卉產業的部分，日本的花卉種類與生產技術處於高水平。花卉具有世界級且豐富的傳統與文化，深植於人們的日常生活。另一方面，提升國際競爭力已成為迫切議題，在法律的基礎上（2014年法律編號102號），應該妥善的保護及利用相關智慧財產，並促進花卉產業及花卉文化。

對於其他農產品，將使用日本具有優勢的優品質種與先進的生產技術，適當的回應消費者的期待與人們的實際需求，這些都是日本的重要優勢。

七、利用地景與傳統文化等地資源

日後將全面性的推動城鄉共存與城鄉交流，活絡在地經濟，並推動以農林水產與農村為整體發展基礎。透過利用在地資源，例如地景、傳統文化、豐富資源及食品以及其品牌，支持在地的各種努力，將能保護與繼承地景及傳統文化等地資源。

此外，在地食物與生產這些食物的地景也是無法分開的。即使在農場工作中，還是有一個「王生的花卉種植」個案被聯合國教科文組織認證為世界無形文化遺產。由於食物與產地的加成效應，可以打造產品形象並提升附加價值，參考法國的「賞味風景點⁸」等成功的國際案例，我們考慮採取「食品與農業景區（scenic area of food and agriculture）」等措施，與相關部會合作。

八、保護家畜遺傳資源與促進育種改良

日本和牛是公家機構與飼育者多年來投注於育種改良的結果，確保適當的保護與利用至關重要。因此，從有效率的育種改良的觀點，將利用單核苷酸多型性（single nucleotide polymorphism, SNP）的資訊推動遺傳能力評估，也將推動確保遺傳資源的多樣性。

再者，亦將應用條碼等方式持續提升對和牛精液的適當管理。針對「和牛（Wagyu）」的品牌標籤，鼓勵肉品銷售商依據相關指導準則，進行自主管理，使消費者能夠容易了解進口牛肉與國產牛肉。在國外，則將採用和牛統一標誌來推廣日本產的牛肉品牌，與外國牛肉競爭。

註8 註冊符合四個要求的區域的制度：（1）傳統和特色農產品的存在；（2）與建築、景觀和產品相關的特徵遺產（如自然和文化遺產）的存在，（3）遊客的接待準備（如住宿設施、長廊），（4）組織地區的有關方面為“風味風景點”，然後在註冊地區推廣農業和旅遊業。

九、藉由資通訊技術（ICT）來萃取並利用農林水產之智慧財產，藉以創造新的商機

（一）擴大與推動農林水產部門對資通訊技術（ICT）的使用

在高齡化及勞動力持續短缺的情況下，為能強化核心農家、節省勞力及降低成本，已透過各種努力促進新農業的實現，如運用機器人技術、ICT 和高品質生產等，以達到超省勞力的生產。

對於需要農業達人經驗的技術及技能（精湛工藝），及將利用 ICT 進行資料蒐集、整合及數據分析，將結果反饋給農民，並可作為推廣應用的工具，使新農民可以順利承接相關技術及技能訣竅。此外，亦將運用此模式支持各農業相關產業，以提高整個食品產業的獲利能力。

不只是農業達人的技術，可以利用 ICT 將各種農業相關資料以具有大數據智慧財產加以利用，所以將針對此領域進行教育活動。

（二）推動預防農業生產資料外流的因應措施

當擴大與推動在農林水產部門使用 ICT 時，由於目前缺乏適當的規則來處理農業生產資料之智慧財產，也有人擔憂農業部門推廣 ICT 可能引起的問題。因此有必要考慮如何充分保護透過引入 ICT 所獲得的資料；再者，也應考慮提供誘因，按照對智慧財產的貢獻分配收益，分配給提供技能的農民。

基於上述原因，將制定相關指導準則，處理農業部門引入 ICT 取得資訊的智慧財產問題，並提升公眾的認知。

十、加強種子產業的競爭力

對於新植物品種，國際和諧與穩健推動品種登記審查、加強權利保護、保護權利人的合法權益，皆有助於新品種推廣以及國內農業及種子產業的發展。

特別是為了促進農產品與種苗出口及直接投資到東亞等國，協助夥伴國家進行品種保護制度的升級及審查合作至關重要，這些努力必須加強。

對於種子法（Seed Act），將調查每一類型植物的產地及種子產業的實際情況。涉及農民自行繁衍的幼苗，育種者權利功效原則上並不亞於育種者的內部增長，此外也應考量植物栽培品種擴張時，可能超越權利效力的情況。

另外，考慮到近年來包括生產方式納入專利權的新趨勢，例如具有抗蟲性和功能性等特徵的新種植物，也將加速考慮強化種子產業的競爭力。

十一、加強對新品種植物的保護

(一) 品種登記查驗的國際協調與穩健實施

為了提升具國際競爭力優良新品種的發展，營造一個對育種者友善的環境極為重要，以協助其在國內外都能取得育種者權益。

因此，作為植物新品種保護聯盟（Union for the Protection of New Varieties of Plants, UPOV）的核心成員，日本將參與制定 UPOV 的檢驗指南，該指南定義每一類植物篩選標準的國際標準。為了促進相關評估結果在國際上的相互利用，將針對歐盟種植環境差異對植物特性的影響進行技術性研究，透過這些作為，將能促使檢驗在國際上獲得調和。

另將針對近年來持續增加的新式工廠以及耐高溫、上架時間長等新特性，建立一套篩選標準，這些都將有助於強化日本農林水產品的國際競爭力及品牌建立。此外，面對目前持續增加的既有註冊品種，也將建立適當的檢驗機制。透過上述方式，將可穩健推動品種登記檢驗，預期達到每年超過 1,000 件。

(二) 加強侵權反制措施

1. 加強對抗侵權行為的支援服務

為了支持育種者行使其權利，國家種子與種苗中心（獨立行政法人）致力於推動品種保護“G-Men”的使用（接受育種者請託，處理侵權糾紛的諮詢協助），根據育種者的需求進行 DNA 品種鑑定，與外部組織合作，蒐集整理海內外育種者權利使用與侵權情況，並提供適當資訊。

2. DNA 品種鑑定技術的開發

針對可能侵犯育種者權利的農產品出口，以及從海外逆向輸入農產品的情況，需確認權利持有者的海外侵權事實，並採取適當且快速的邊境措施。

因此，將在 DNA 層級開發品種鑑定技術，以支持相關權利的保護。也將協助技術開發的驗證及記錄，以便將 DNA 鑑定技術用於海關邊境措施。為了有效因應新品種在未經育種者許可的情況下被出口到國外，或是被重新引入國內市場的問題，將支持相關技術開發，以科學方法追溯農產品的產地，策略性地保護與應用這些新開發出的技術。另也會進一步強化新品種植物體的倉儲系統，以及適當維護處理侵權案件的系統。

3. 強化邊境執法系統

為保護育種者權利擁有者的權利，有海關邊境管制系統能杜絕權利侵犯品種的進出口之訊息，將告知育種者權利擁有者及貿易經銷商，並鼓勵其善用該管制系統。另外，也將加強與海關的合作，加強宣傳「種苗法（Seeds and Seedlings Act）」及「海關法（Customs Law）」，防範非有意的侵權行為。

4. 積極推廣東亞植物品種保護論壇

東亞地區是經濟持續增長的潛力市場，然而許多國家尚未建立一套植物品種保護制度。將策略性地推動「東亞植物品種保護論壇」，此論壇在日本的倡議下，由日本、中國、韓國與東協各國，共計 13 個國家組成。如此，將可營造一個能促使日本新品種在國外得到適當保護的環境。

具體而言，會積極推動如下項目：在日本培訓及派遣專家，提升各參與國的人力資源發展與檢驗能力、舉辦能調和檢驗技術的活動（調和檢驗標準的專家會議）；資訊共享與傳輸的首頁操作，提高關鍵人員的自主意識，並支持各國推動 UPOV 所需的法案修訂。

5. 鼓勵品種保護制度之改善及擴大

為了促進日本種子與種子產業在海外積極擴張，將持續鼓勵品種保護制度的改善與擴大，以及簽署 UPOV 91。對於尚未建立品種保護制度或沒有簽署 UPOV 91 的國家，則應善用各種時機，包括雙邊磋商、派遣政府及私人代表團至這些國家，與這些國家進行 EPA 經濟夥伴關係協議談判，參與由 UPOV 秘書處主辦的各項研討會。

6. 建立穩定之種子與種苗供應系統，確保國外遺傳資源

(1) 建立穩定之種子與種苗供應系統

在妥善保護智慧財產的同時，也要根據各種作物的情況，確保優良種子與種苗的穩定供應。

在產品開發方面，海外市場有創新品種和競爭品種的需求，所以將結合各種既有的生物技術，包括：解碼基因體資訊、DNA 標示選擇育種技術、基因體編輯技術、基因多體學分析⁹ 等，以開發新的育種技術。

日本蔬菜種子與種苗由種子與種苗公司負責供應，在這個產業中，個人與各種小規模的商業體並存。由於很難在國內找到穩定可用的育種區，以及種子與種子生產者的老化，整個生產體系正持續弱化。正努力推動發展產業發展所需的環境，以強化新種培育及優質種子與種苗的生產基地，朝向建立一個可以解決各種常見問題的綜合系統。這些常見的問題包括遺傳資源不易取得、更加激烈的育種競爭、以及全球化的商業。尤其將關注海外主要生物產業企業的技術發展趨勢，而這些企業企圖囊括所有的商業價值鏈。針對這些發展趨勢，將不只從商業角度，也從消費者喜好的觀點加以關注，同時考量因應對策。

註 9 Omics analysis techniques：透過全面分析生物現象，綜合分析生物體細胞中的基因、mRNA、蛋白質等的波動的研究方法，與傳統方法透過單獨分析不同。

為了穩定供應種子給水稻、小麥及大豆的生產者，日本各地都道府縣皆根據作物原型（original prototype）培育種子與種苗。對於馬鈴薯與甘蔗，國家種子與種苗中心也在進行培育。對於果樹，日本各地研究機構皆以所開發出的母株品種進行種苗培育。除了上述主流的種子供應機制之外，為了因應稻米的多樣化需求，將推動各方的種子供應，例如透過化工廠商與食品服務業者之連結，開發及傳播 F_1 雜交水稻品種。

對於林業苗木，則將推動開發成長優異的苗木，無需花粉傳播的雪松，並促進這些優良苗木的穩定供應。

（2）海外遺傳資源的保護

優異的品種是日本食品工業價值鏈的源頭，而引進新的遺傳資源對於培育未來的優良新品種是不可或缺的要素。因此將根據國際架構，例如「生物多樣性公約名古屋議定書」，以及有關糧食與農業的植物遺傳資源的國際條約，推動保障遺傳資源的相關措施。另外，藉由與亞洲各國進行植物遺傳資源雙邊合作研究（PGRAsia），將可以改善獲取海外遺傳資源的環境。

十二、推動在研究發展上策略性智慧財產管理

在推動未來研發方面，根據「如果不能被農林水產業利用，就不算是研究成果」的基本思維，將有效能與有效率的推動研究發展。為了達成此目的，將以商業效益來研擬智慧財產策略，在研發的規劃階段探究誰應該是研究成果的使用者，以及智慧財產應該如何轉移給使用者。

關於研究成果的運用，考慮到各種可能，例如私有化、秘密化、在發明時點的公開、取得權利後的專利開放以及專屬授權等各種方案，將指導和支持各研究機構對於智慧財產管理的審查，使這些機構的審查能從商業成功加速社會反饋的觀點，採取最適當的方式。

再者，除了加強國家研究發展局智慧財產部門的組織建設外，將在各區域農業研究中心設立新的專責部門，促進產業界、學術界及政府部門的合作，並積極推動智慧財產權使用的協調工作，例如：宣導智慧財產之擁有和許可核發、與具有才能的外部技術人才及商業模式與智慧財產管理專家合作、與利用智慧財產管理解決商業化問題的私人公司及創投公司合作等。

十三、智慧財產策略的啟蒙與人力資源發展

（一）推動保護與利用農林水產業智慧財產的認知與了解

迄今已對權益關係人與社會大眾提出各種啟蒙的重要性，這些項目具有重要意義，從現況認知到相應對策的方向。在此情況下，儘管事實上與農業生產相關的技術可能成為智慧財產，目前的生產地未受智慧財產保護，且對其利用價值漠不關心。農民需要有

意識地將自己的技能視為智慧財產。大部分農業人士（包括推廣組織）都傾向於將農民的技能視為應無償釋出的公共財，這種觀念亟需改變。

在此基礎上，將以農民與農業領導者等農業人士為對象，教導智慧財產的保護與利用，並推動商業模式的傳播與認知，以及支持此模式的策略性智慧財產管理。

另外，有鑑於商業模式的知識，及可支持此模式的策略性智慧財產管理，以及靈活性的思維都是各項政策措施與計畫落實不可或缺的要項，將繼續培訓農林水產省的人員。

此外，農業管理的實際情況有時未受到保護，致使政府、大學、研究機構以及組織的權益關係者無法有效辨識個別單位。對於所有農業資料必須公開的文化，必須重新考慮，並推動啟蒙讓大家能對此有所認知與了解。

十四、人力資源開發

在過去，日本產業界一直以來都強調必須要具備有能力理解技術前景的人力資源，但為了落實此策略，應該要有能理解並使用商業模式與支持此模式的智慧財產管理的實務人力資源，以及能向消費者清楚解釋商業模式與支持此模式的智慧財產管理的人力資源。這些是必須的，因此將提供學習機會以促進人力資源的培訓。

為使食品產業相關企業進入海外市場時，能找到具備一定知識與技能的本地專家，將資助東協國家具高等教育標準的主要農業與食品相關大學設立專門課程，並派遣日本私營公司的專家授課，授課內容包含從種子、食品加工、分銷到消費等食品價值鏈的實務知識與相關技術。

伍、策略推廣

雖然本策略的執行期大約是到 2019 年的 5 年期，但因一直在面對在經濟社會結構從未經歷過的轉變，並且正處於一個重大轉折點，所以需要實施一個有效的 PDCA (plan—do—check—act/adjust) 循環，以便能更穩健有力的落實本策略。

將定期邀請外部專家參與確認策略的實施情況，審查各項策略、政策及措施，必要時進行改善修正。

